

PRESSE INFORMATION

Neuausrichtung des (Stadt-)Marketings in Northeim: Über 800 Menschen beteiligten sich an Befragung, 15 Stadtgutscheine wurden verlost

Die ersten Meilensteine auf dem Weg zur Neuorganisation des Marketings der Stadt Northeim sind geschafft: Über 800 Northeimer:innen und Menschen aus dem Umland nutzten die Chance, sich über eine Online-Befragung mit ihrer aktuellen Wahrnehmung Northeims in die Neuausrichtung einzubringen. Als Dank wurden unter den Teilnehmenden 15 Stadtgutscheine im Wert von jeweils 20 € verlost. In vier digitalen Expertenrunden diskutierten zudem über 50 Akteure aus Verwaltung, Wirtschaft, Handel, Gastronomie, Kultur, Sport, Soziales und Tourismus zu verschiedenen Themen in Northeim.

Was macht Northeim besonders? Mit welchem Alleinstellungsmerkmal kann die Stadt punkten? Was sind die Stärken? All dies waren Fragestellungen der Online-Befragung, bei der sich Northeimer:innen sowie Menschen aus dem Umland zu verschiedenen Themen in Northeim äußern konnten. Ziel der Befragung war es, mögliche Profilierungsansätze für das Marketing der Stadt zu ermitteln. Die Befragung konnte von Mitte Februar bis Mitte April online ausgefüllt werden. 675 Menschen aus Northeim und 176 von außerhalb nutzten diese Möglichkeit, ihre Meinungen und Einstellungen in den Marketingprozess einfließen zu lassen.

Im Rahmen der Befragung konnten sich die Teilnehmenden für die Verlosung von insgesamt 15 Northeimer Stadtgutscheinen im Wert von jeweils 20 € registrieren. Über einen Gutschein dürfen sich nun freuen: Ariane Althans, Bernhard Biel, Christine Conrad-Vaupel, Andreas Fritsch, Marie Glowatzka, Vanessa Haberlandt, Alexandra Holz, Christian Ilse, Zwetan Konowalow, Brigitte Lichte, Kim Nixdorf, Beate Pehle, Patrick Pflugmacher, Christina Reinhardt, Elke Witt. Alle Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Die Übergabe der Gutscheine erfolgt nach Terminvereinbarung unter Tel. 05551 - 997960 im Reddersen-Haus. Die Gutscheine wurden von der Stadt Northeim, dem Stadtmarketing Northeim e.V. und dem Northeim Touristik e.V. zur Verfügung gestellt und können bei vielen Händlern, Gastronomen und Dienstleistern in Northeim eingelöst werden.

Im Ergebnis der Befragung wurde die Lage der Stadt inmitten einer reizvollen Landschaft mit Seen und Wäldern, die eine vielfältige Freizeitnutzung ermöglicht, als besonders positiv hervorgehoben: Dies schätzen Northeimer:innen wie Menschen von außerhalb gleichermaßen. Ebenfalls betont wurden die Veranstaltungen und das Kulturangebot. Viele Befragte aus dem Umland sehen dies als Stärke und Besuchsanlass an. Jedoch wurde auch ersichtlich, dass viele Befragte sich noch mehr Veranstaltungen und mehr Vielfalt wünschen. Das Fachwerk in der Innenstadt landete bei den Stärken lediglich auf Platz 5. Bemängelt wurden die Leerstände und das Stadtbild Northeims im Allgemeinen. Auch Langeweile und Trostlosigkeit verbanden einige Befragte mit Northeim. Northeimer:innen bemängelten z.T. die fehlende Sauberkeit in der Stadt, für Menschen von außerhalb waren fehlende Parkmöglichkeiten eine weitere Schwäche.

Bei der Frage, was Northeim für die Befragten einzigartig mache, nannten viele Northeims Bedeutung als der eigene Wohn- oder Geburtsort. Auch das Theater der Nacht sowie die attraktive Lage wurden vielfach als einzigartiges Merkmal der Stadt betont.

Ein auffälliges Ergebnis war, dass die meisten Northeimer:innen ihre Stadt sehr gut kennen und fast alle die kulturellen Angebote und Sehenswürdigkeiten auch selbst schon besucht haben. Als wünschenswert erachteten viele jedoch weitere Wasserportmöglichkeiten und Rad- und Wanderwege sowie mehr Gastronomie, Angebote zur Abendgestaltung, Feste und Konzerte, mehr Freizeitangebote für Jugendliche und Einkaufsmöglichkeiten.

Nach der Frage zur individuellen Haltung zu Northeim wurde deutlich: Die Identifikation der Northeimer:innen mit ihrer Stadt ist hoch. Northeim insgesamt gefällt den meisten Befragten zudem gut. Jedoch zeigte sich gleichzeitig: Nach außen hin sind die Northeimer:innen wenig stolz auf Northeim und empfehlen nicht immer einen Besuch der Stadt.

Über die Befragung hinaus fanden im Rahmen der Analyse im März vier digitale Expertenrunden mit insgesamt über 50 Northeimer Akteuren zu den Themen Wirtschaft/Unternehmen/Standort, Tourismus/Events/Kultur, Einzelhandel/Innenstadt/City und Lebensgefühl/Identität/Miteinander statt. In den Runden wurde die Bedeutung der Veranstaltungen für die Identität Northeims sehr deutlich: Betont wurden v.a. die Mondnacht, die Musikknacht, der Weihnachtsmarkt und der Klostermarkt. Immer wieder bemängelt wurde in den Runden das ungenutzte Potenzial der Waldbühne oder auch das geringe Angebot zur Abendgestaltung, insb. nach dem Besuch von Veranstaltungen. Als Chance wurde auch die Nähe zum Oberzentrum Göttingen und der dortigen Universität gesehen (z.B. für die Ansiedlung von Start-Ups oder für Kooperationen). Weiterhin gäbe es Vieles, was derzeit noch zu wenig kommuniziert wird wie Northeim als Etappenort des Jakobsweges, das Northeimer Bier „Georgs“ oder auch die mittelalterlichen Fenster der Stadtkirche. Insgesamt zeigte sich in den Expertenrunden eine positive Grundstimmung zwischen den Akteuren sowie der Wille und die Bereitschaft, gemeinsam etwas für Northeim zu bewegen und sich auch nach außen mit seinen Stärken und Besonderheiten zu zeigen.

Die Stadt Northeim, der Stadtmarketing Northeim e.V. und der Northeim Touristik e.V. bedanken sich bei den Teilnehmenden der Befragung sowie der Expertenrunden ganz herzlich für den Input und die regen Diskussionen.

Die bisherige Analyse hat einige Handlungsbedarfe und Stellschrauben aufgezeigt, an denen in Zukunft gearbeitet werden muss – auch um überhaupt erst eine gute und glaubwürdige Ausgangsbasis für eine Vermarktung nach außen zu schaffen. Aber sie hat auch verdeutlicht: Es gibt einige Themen, die Northeim „in sein Schaufenster“ stellen kann, um sich als attraktiver Ort zum Leben, Arbeiten und Urlauben zu positionieren. Allem voran sind hier die Lebensqualität mit einer guten Lage im Raum, den Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung und die Einbettung in eine attraktive Landschaft zu nennen. Aber auch einzigartige Highlights wie das Theater der Nacht.

Die Ergebnisse werden in den kommenden Wochen weiterentwickelt: Voraussichtlich im September soll auf Basis dessen ein Strategie-Workshop mit den bereits in den Expertenrunden engagierten Akteuren sowie der Politik durchgeführt werden, um Profilierung, Ziele und erste Maßnahmen zu erarbeiten und Kooperationspartner für die Umsetzung zu identifizieren. Zudem wird die circa bereits Anfang Juni erste Gespräche mit der Stadt Northeim, dem Stadtmarketing Northeim e.V. sowie dem Northeim Touristik e.V. zum Thema zur künftigen Organisationsform des Marketings führen.

Hintergrund:

Die Stadt Northeim, der Stadtmarketing Northeim e.V. und der Northeim Touristik e.V. haben sich auf den Weg gemacht, das (Stadt-)Marketing Northeims auf neue, starke Beine zu stellen. Dazu sollen sowohl die inhaltliche Ausrichtung wie auch die Organisations- und Finanzierungsstruktur des (Stadt-)Marketings neu aufgestellt und veraltete Ziele und Maßnahmen überarbeitet werden. Am Ende des Prozesses soll feststehen, wofür Northeim steht, welche Ziele das Stadtmarketing zukünftig verfolgt und wer mit welchen personellen und finanziellen Ressourcen die Marketing-Maßnahmen umsetzen soll. So soll das (Stadt-)Marketing befähigt werden, die Stellung Northeims im Wettbewerb der Städte um Einwohner:innen, Unternehmen und Gäste langfristig zu stärken.

Das Kommunalberatungsunternehmen [CIMA Beratung + Management GmbH](#) wurde damit beauftragt, die Stadt sowie die beiden Vereine bei der Neuorganisation des (Stadt-)Marketings zu unterstützen und ein entsprechendes Konzept zu erarbeiten. Der Prozess soll Ende 2021 abgeschlossen sein.